

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Merek adalah nama atau simbol yang bersifat membedakan logo, cap/kemasan untuk mengidentifikasi barang dan/atau jasa dari seseorang penjual/kelompok penjual tertentu. Merek memiliki kemampuan sebagai tanda yang dapat membedakan hasil perusahaan yang satu dengan perusahaan yang lain didalam pasar, baik untuk barang dan jasa yang sejenis maupun tidak sejenis, fungsi merek tidak hanya sekedar untuk membedakan suatu produk dengan produk yang lain, melainkan juga berfungsi sebagai aset perusahaan yang tidak ternilai harganya, khususnya bagi merek yang berpredikat terkenal.<sup>1</sup>

Untuk memperkenalkan suatu perusahaan, merek mempunyai suatu peranan yang sangat penting bagi suatu produk. Hal ini disebabkan oleh fungsi suatu merek itu sendiri untuk membedakan suatu barang dan/atau jasa dengan barang dan/atau jasa lainnya yang mempunyai kriteria dalam kelas barang dan/atau jasa sejenis yang diproduksi oleh perusahaan yang berbeda. Selain membangun loyalitas konsumen, melalui merek juga dapat dilakukan strategi pemasaran berupa pengembangan produk kepada masyarakat sebagai konsumen, dimana kedudukan suatu merek dipengaruhi oleh baik atau tidaknya mutu suatu barang yang dihasilkan oleh suatu perusahaan yang mempunyai

---

<sup>1</sup>O.K. Saidin, 2004, *Aspek Hukum dan Hak Kekayaan Intelektual (Intellectual Property Right)*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, hlm 359.

merek tersebut.<sup>2</sup> Jadi produk atau jasa dengan merek yang mempunyai mutu dan karakter yang baik atau dapat digunakan untuk mempengaruhi pasar merupakan merek yang akan selalu dikonsumsi oleh konsumen.

Hakikat pada merek adalah memiliki daya pembeda yang tidak boleh sama dengan yang lain atau bersamaan atau serupa, termasuk menjadi kurang terang atau kabur. Merek yang dilindungi adalah merek yang terdaftar sesuai dengan permohonan atau permintaan pemilik merek, merek yang tidak terdaftar tidak dilindungi oleh hukum. Adapun persamaan yang berkenaan dengan merek ini adalah sebagai berikut;<sup>3</sup>

1. Tidak bertentangan dengan kesusilaan dan kepentingan umum
2. Memiliki daya pembeda
3. Tidak merupakan merek yang telah menjadi milik umum
4. Tidak merupakan keterangan atau berkaitan dengan barang atau jasa yang dimintakan pendaftaran

Sebuah merek dapat menimbulkan persaingan usaha yang tidak sehat karena melalui merek produk barang atau jasa sejenis dapat dibedakan asalmuasalnya, kualitas serta keterjaminan bahwa suatu produk tersebut *original*.<sup>4</sup> Melalui merek sebuah perusahaan telah membangun suatu karakter terhadap produk-produknya yang diharapkan akan membentuk reputasi bisnis atas

---

<sup>2</sup>*Ibid*, hlm 329.

<sup>3</sup> A. Rahmah dan Amiruddin Pabbi, 2015, *Kapita Selekta Hukum Pidana*. Mitra wacana Media, Jakarta, hlm 76.

<sup>4</sup>Suyud Margono dan Amir Angkasa, 2002, *Komersialisasi Aset Intelektual "Aspek Hukum Bisnis*, PT Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta, hlm 147.

penggunaan merek tersebut. Karena itu perusahaan-perusahaan cenderung berupaya untuk mencegah orang/perusahaan lain untuk menggunakan merek tersebut dalam produk-produknya.

Suatu merek menjadi terkenal dan mewujudkan jaminan kualitas dan reputasi suatu produk memerlukan waktu yang cukup lama. Oleh karena itu merek yang telah terkenal akan menjadikan merek tersebut sebagai aset atau kekayaan perusahaan. Akan tetapi, keterkenalan merek tersebut akan mendorong produsen lain untuk menirunya.

Persaingan dagang dan kebutuhan ekonomi yang semakin besar sehingga mendorong orang lain melakukan perdagangan dengan jalan pintas (*free riding*) terhadap merek terkenal. Tindakan *free riding* merupakan tindakan usaha untuk membuat meniru dan menyamai suatu merek barang atau jasa untuk menumpang keterkenalan suatu merek. Tindakan seperti inilah disebut dengan *passing off* dengan menggunakan merek dari pihak lain secara melawan hukum. *Passing off* mengakibatkan kerugian bagi pemilik merek sesungguhnya seperti menurunnya reputasi perusahaan, omset penjualan yang menurun dan tuntutan dari konsumen yang merasa tertipu karena kualitas produk tidak sesuai dengan merek aslinya.

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2016 tentang Merek dan Indikasi Geografi (selanjutnya disebut UU Merek dan Indikasi Geografi). Dijelaskan bahwa peran merek menjadi sangat penting terutama dalam menjaga persaingan usaha yang baik dikarenakan merek digunakan sebagai alat untuk menjelaskan asal mula produk dan keaslian

produk tersebut.<sup>5</sup> Dengan demikian diperlukan pengaturan yang memadai tentang merek untuk memberikan peningkatan layanan bagi masyarakat. Suatu merek menjadi terkenal dan mewujudkan jaminan kualitas dan reputasi suatu produk memerlukan waktu yang cukup lama, oleh karena itu, merek yang telah terkenal akan menjadikan merek tersebut sebagai asset atau kekayaan perusahaan. Akan tetapi, keterkenalan merek tersebut akan mendorong produsen lain untuk menirunya.

Berkaitan dengan perlindungan merek, perdagangan tidak akan berkembang baik jika merek tidak dapat perlindungan hukum yang memadai disuatu negara. Peniruan merek yang tidak bertanggung jawab tentunya tidak hanya merugikan pengusaha saja sebagai pemilik usaha atau pemegang hak atas merek tersebut, tetapi juga bagi masyarakat sebagai konsumen karena merupakan suatu perbuatan curang yang menciptakan kekacauan mengenai asal-usul barang atau usaha industri dan dagang, mendeskreditkan usaha pengusaha atau barang industrial dan komersial pemilik merek yang sesungguhnya. Dengan adanya pelanggaran terhadap merek serta mengelabui khalayak ramai berkenaan dengan kualitas suatu barang, bahkan ada kalanya produksi palsu tersebut membahayakan kesehatan dan jiwa konsumen. Adapapun praktek perdagangan tidak jujur seperti praktek pemalsuan merek dagang.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup>O.K. Saidin, *Op. cit* hlm 328.

<sup>6</sup>*Ibid*, hlm 357.

Merek dagang adalah suatu merek yang digunakan pada barang yang diperdagangkan oleh seseorang atau beberapa orang secara bersama-sama atau badan hukum untuk membedakan dengan barang dengan sejenis lainnya. Persaingan dagang yang semakin besar mendorong orang lain untuk melakukan perdagangan dengan jalan pintas terhadap merek yang sudah terkenal. Tindakan perdagangan dengan jalan pintas merupakan tindakan yang berusaha untuk membuat, meniru, dan menyamai suatu merek barang atau jasa untuk mengambil keuntungan dari merek yang sudah terkenal dengan cara melawan hukum. Tindakan tersebut mengakibatkan kerugian terhadap pemilik merek yang sebenarnya, seperti menurunnya reportasi perusahaan, omset penjualan dan tuntutan dari konsumen yang merasa tertipu karena kualitas produk tidak sesuai dengan merek aslinya.<sup>7</sup>

Salah satu merek dagang yang sering dipalsukan adalah oli untuk kendaraan bermotor yang sangat merugikan masyarakat. Cara menandai oli palsu salah satunya dapat dilihat dari kondisi botol atau laser print pada kemasannya tidak tercetak rapih, berikutnya tidak ada kode produksi seperti nomor produksi yang letaknya pada tutup botol bagian atas. Dan ciri khas lain yang membedakan dengan oli palsu adalah soal harga, biasanya oli yang tidak sesuai spesifikasi dijual lebih murah. Akibat dari pemakaian oli palsu ini berdampak pada kerusakan mesin yang sangat serius.<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup>*Ibid*, hlm 40.

<sup>8</sup>Sandie, 2019, *Jangan Tertipu Begini Cara Membedakan Oli Asli Dengan Palsu*, <https://m.liputan6.com/otomotif/read/3945> diakses pada hari senin tanggal 9 desember 2019 pukul 04:00.

Terkait hal tersebut Pemerintah Indonesia telah berupaya melindungi hak atas kepemilikan merek tersebut dengan membentuk Undang-Undang tentang Merek dan Indikasi Geografis sebagaimana dinyatakan dalam Pasal 100 Ayat (1) yaitu:

“setiap orang yang dengan tanpa hak menggunakan merek yang sama pada keseluruhannya dengan merek yang terdaftar milik pihak lain untuk barang dan/atau diperdagangkan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau Pidana denda paling banyak Rp2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah)”

Ayat (2):

“setiap orang yang dengan tanpa hak menggunakan merek yang mempunyai persamaan pada pokoknya dengan merek terdaftar dengan pihak lain untuk barang dan/atau sejenis yang diproduksi dan/atau diperdagangkan, dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau denda paling banyak Rp 2.000.000.000,00 (dua miliar rupiah)”

Selanjutnya dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 31 Tahun 2000 tentang Desain Industri (selanjutnya disebut UU tentang Desain Industri) dalam Pasal 9 Ayat (1) mengatakan:

“Pemegang Hak Desain Industri memiliki hak eksklusif untuk melaksanakan Hak Desain Industri yang dimilikinya dan melarang orang lain yang tanpa persetujuannya membuat, memakai, menjual, mengimpor, mengekspor, dan/atau mengedarkan barang yang diberi Hak Desain Industri”

Pasal 54 Ayat (1):

“Barang siapa dengan sengaja dan tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 dipidana dengan pidana penjara paling lama 4 (empat) tahun dan/atau denda paling banyak Rp300.000.000,00 (tiga ratus juta rupiah)”

Kepolisian Negara Republik Indonesia memiliki tugas pokok yaitu memelihara keamanan dan ketertiban masyarakat, menegakan hukum, memberikan perlindungan, pengayoman dan pelayanan kepada masyarakat. Sebagaimana diatur dalam Pasal 13 Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 2002 tentang Kepolisian Republik Indonesia selanjutnya disebut (UU Polri). Bahwa terkait dengan tugas dan peranan Polri sebagai penyidik, dalam hal terjadinya tindak pidana pemalsuan merek dagang maka dalam Pasal 99 Ayat (1) UU tentang Merek menyebutkan bahwa aparat yang berhak melakukan penyidikan adalah Pejabat Pegawai Negeri Sipil (PPNS) dan penyidik Polri.

Peranan Polri sebagai penyidik dapat dilihat dari kasus yang terjadi pada tanggal 26 Maret 2018 telah terjadi penangkapan terhadap pemilik toko yang menjual oli palsu dikawasan Lubuk Alung, Kab. Padang Pariaman, Sumatra Barat. Kejadian berawal ketika Polda Sumatra Barat mendapatkan laporan dari masyarakat sekitar bahwa ada penjualan oli palsu di kawasan Lubuk Alung, Polisi bersama perwakilan dari PT. Federal Karyatama sebagai perusahaan pemilik merek oli Federal melakukan pemeriksaan dan pengeledahan ke toko tersangka. Dalam pengeledahan tersebut ditemukan 10.512 (sepuluh ribu lima ratus dua belas) botol oli ilegal yang siap untuk diperjual-belikan di Daerah Lubuk Alung. Setelah menemukan beberapa barang bukti Polisi Sumatera Barat langsung menahan pemilik toko beserta karyawan yang bekerja di toko tersebut.<sup>9</sup>

---

<sup>9</sup>Rahmadani, 2018, *Polda Sumbar Sita Ribuan Oli Palsu, Pemilik Toko Jadi Tersangka*, <https://www.kompas.com>, diakses pada jumat tanggal 22 November 2019 pukul 04:00.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk menulis karya ilmiah dalam bentuk proposal yang berjudul **“Peranan Penyidik Kepolisian Daerah Sumatera Barat Dalam Melakukan Penyidikan Tindak Pidana Pemalsuan Merek Dagang Pada Kemasan Oli Federal”**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan permasalahan di atas, maka permasalahan yang akan dibahas sebagai berikut:

1. Bagaimanakah peranan penyidik Polda Sumatera Barat dalam melakukan penyidikan tindak pidana pemalsuan merek dagang?
2. Apakah hambatan yang ditemui penyidik Polda Sumatera Barat dalam melakukan penyidikan tindak pidana pemalsuan merek dagang?

## **C. Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui dan menganalisis peranan penyidik Polda Sumatera Barat dalam melakukan penyidikan tindak pidana pemalsuan merek dagang.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis hambatan yang ditemui penyidik Polda Sumatera Barat dalam melakukan penyidikan tindak pidana pemalsuan merek dagang.

## **D. Metode Penelitian**

1. Jenis Penelitian



Penelitian ini menggunakan pendekatan yuridis sosiologis, pendekatan yuridis sosiologis adalah pendekatan dengan melihat sesuatu kenyataan hukum di dalam masyarakat.<sup>10</sup> Pendekatan sosiologi hukum merupakan pendekatan yang digunakan untuk melihat aspek-aspek hukum dalam interaksi sosial di dalam masyarakat dan berfungsi sebagai penunjang untuk mengidentifikasi dan mengklarifikasi temuan bahan non hukum bagi keperluan penelitian atau penulisan hukum.

## 2. Sumber Data

### a. Data Primer

Data Primer diperoleh melalui wawancara dengan Endrizal, selaku penyidik dan Komisaris Kepolisian Daerah Sumatera Barat dari Polda Sumatera Barat yang melakukan Penyidikan tindak pidana pemalsuan merek dagang di Sumatera Bara

### b. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari dokumen-dokumen resmi, buku-buku yang berhubungan dengan objek penelitian.<sup>11</sup> Data sekunder diperoleh dari kantor Polda Sumatera Barat mengenai jumlah tindak pidana pemalsuan merek dagang di Sumatera Barat pada tahun 2015 sampai dengan 2019.

## 3. Teknik Pengumpulan Data

### a. Wawancara

---

<sup>10</sup>Zainuddin Ali, 2009, *Metode Penelitian Hukum*, Sinar Grafika, Jakarta, hlm 105.

<sup>11</sup>*Ibid*, hlm, 138.

Wawancara yaitu proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab, sambil bertatap muka antara si penanya atau pewawancara dengan si penjawab atau responden dengan menggunakan alat yang dinamakan *interview guide* (panduan wawancara).<sup>12</sup> Wawancara dilakukan secara semi terstruktur yaitu sebelum wawancara dilakukan sudah dipersiapkan daftar pertanyaan dan dapat dikembangkan sewaktu wawancara dengan informan sesuai dengan permasalahannya.<sup>13</sup>

b. Studi Dokumen

Studi dokumen adalah teknik yang digunakan untuk mencari data melalui sumber tertulis, seperti Perundangan-Undangan yang terkait, arsip, catatan, dokumen resmi dan sebagainya.<sup>14</sup>

4. Analisis Data

Analisis data dalam penelitian ini adalah deskriptif analitis, analisis data yang dipergunakan adalah pendekatan kualitatif terhadap data primer dan data sekunder. Deskriptif tersebut, meliputi isi dan struktur hukum positif, yaitu suatu kegiatan yang dilakukan oleh penulis untuk menentukan isi atau makna aturan hukum yang dijadikan rujukan dalam menyelesaikan permasalahan hukum yang menjadi objek kajian, pola-pola tadi dianalisis lagi dengan menggunakan teori yang obyektif.<sup>15</sup>

---

<sup>12</sup>Moh Nazir, 2005, *Metode Penelitian*, Ghalia Indonesia, Bogor, hlm. 53.

<sup>13</sup>*Ibid*, hlm 54.

<sup>14</sup>Suharismi Arikunto, 2002, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Rineka Cipta, Jakarta, hlm. 206.

<sup>15</sup>Burhan Ashshofa, 2010, *Metode Penelitian Hukum*, Rineka Cipta, Jakarta, hlm. 20.

